

So erstellen Sie einen professionellen Businessplan

Ein Businessplan (auch Geschäftsplan oder Unternehmenskonzept) ist die schriftliche Zusammenfassung einer Geschäftsidee.

Warum soll ich überhaupt einen Businessplan erstellen? Das ist eine typische, zwar nicht immer ausgesprochene, aber oft gedachte Frage. Wofür also einen Businessplan/Geschäftsplan?

- *Er dient als Plan für Ihre Handlungsstrategie innerhalb des Unternehmens, so dass die einzelnen Gründungsschritte einer regelmäßigen Erfolgskontrolle unterzogen werden können;*
- *Er ist eine Unterstützung, das Gründungskonzept nach außen zu präsentieren, zum Beispiel wenn Geldgeber und Geschäftspartner gesucht werden;*
- *Er ist Voraussetzung für den Zugang zu interessanten Fördermöglichkeiten für jede Art von Gründungen.*

Der Businessplan enthält sämtliche quantitativen und qualitativen Aspekte eines Unternehmensprojektes, einschließlich der Ziele sowie der internen und externen Elemente (z.B. Kapital, Marktstrukturen), die das Unternehmen beeinflussen. In den letzten Jahren hat sich eine weitgehend einheitliche Gliederung in acht Bausteine eingebürgert:

- *Zusammenfassung / Projektbeschreibung*
- *Unternehmen und Personen, Unternehmensform*
- *Geschäftsidee: Produkte bzw. Dienstleistungen, Standortanalyse*
- *Branche und Markt: Markt- und Konkurrenzanalyse*
- *Marketing, Absatz und Vertrieb*
- *Finanzplan für mindestens drei Jahre*
- *Kapitalbedarf und Finanzierung*
- *Anlagen*

1. Zusammenfassung / Projektbeschreibung

In der Projektbeschreibung werden die Inhalte des gesamten Businessplans übersichtlich zusammengefasst. Die Projektbeschreibung steht am Anfang, weil sich Dritte (beispielsweise Kapitalgeber) zuerst einen Überblick verschaffen wollen.

2. Unternehmen und Personen, Unternehmensform

Danach werden zunächst die fachlichen und kaufmännischen Qualifikationen des Unternehmers dargestellt, einschließlich tabellarischer Lebensläufe des Gründers und seiner Partner. Es geht um die Qualifikationen des Gründers sowie einer Darstellung über die sinnvolle Ergänzung der Partner. Hier werden auch die Gesellschafterstruktur, die Verteilung der Gesellschaftsanteile und die Vertretungsregelungen sowie die Mitarbeiterstruktur erläutert. Es wird erklärt, in welcher Rechtsform das geplante Unternehmen eröffnet wird und wo sich der Standort befindet.

3. Geschäftsidee: Produkte und Dienstleistungen

Im Kapitel „Geschäftsidee“ wird das Produkt beschrieben, dessen Kundennutzen und die Ansätze der strategischen Planung werden erläutert. Folgende Fragen sollten gestellt und beantwortet werden:

- *Wer genau ist die Zielkundengruppe?*
- *Welchen Bedarf hat diese Gruppe?*
- *Warum ist dieser Bedarf besonders dringend?*
- *Inwiefern hilft das Produkt oder die Dienstleistung, diesen Bedarf zu decken? Worin genau besteht der Kundennutzen?*
- *Welche Konkurrenzangebote von Wettbewerbern existieren bereits oder sind in der Planung?*
- *Wie genau grenzt sich der Gründer von den Mitbewerbern am Markt ab (die sog. Differenzierung oder der USP = unique selling proposition oder einzigartiger Verkaufsvorteil)?*
- *Worin genau besteht die Innovation und damit das Alleinstellungsmerkmal gegenüber den Wettbewerbern?*
- *Inwiefern genügen die Produkte oder Dienstleistungen den Auflagen des Gesetzgebers?*
- *Wie, wo und von wem wird das Produkt gefertigt?*
- *Gibt es Patente oder Lizenzrechte?*
- *Ist das Produkt vom Gesetzgeber zugelassen und/oder behördlich genehmigt?*
- *Können eventuell existierende Vorschriften oder Auflagen erfüllt werden?*
- *Wie kann oder soll das Angebot weiterentwickelt werden?*

4. Markt und Branche: Markt- und Konkurrenzanalyse

Mit der Produktidee haben Sie auch den Markt - zunächst abstrakt – definiert. Erläutern Sie in diesem Baustein des Businessplans die Branche, in der das Unternehmen agieren wird. Stellen Sie die Branche dar, die Kennzahlen, die voraussichtliche Entwicklung der Branche, welche Innovationen im Gange oder bald zu erwarten sind, wie groß der Gesamtumsatz ist und welche Trends erkennbar sind.

Ihre Aussagen müssen mit Hilfe statistischen Zahlenmaterials belegt werden. Sie finden Materialien in der Literatur, aus Branchenverzeichnissen, bei Verbänden und Behörden oder aus Datenbanken. **enter-in. DIE EXISTENZGRÜNDER** verfügt in einer Reihe von Branchen ebenfalls über wichtiges statistisches Material.

Nachdem die Branche und der Gesamtmarkt dargestellt wurde, wird das Marktsegment ins Visier genommen, in dem Ihr Unternehmen tätig werden will.

Im einem weiteren Schritt identifizieren Sie Ihre wichtigsten Wettbewerber und deren Marktanteile, geben Informationen über deren Kostenstruktur und Profitabilität. Sie klären, wo sich die Vertriebskanäle und Marketingstrategien der Wettbewerber befinden und wo die Stärken Ihres Unternehmens gegenüber der Konkurrenz zu finden sind.

5. Absatz, Marketing und Vertrieb

Sie benötigen ein Marketingkonzept, welches folgende Punkte umfasst:

- *ein Vertriebskonzept*
- *ein Kommunikationskonzept, also die Werbung im engeren Sinne*
- *die Preisgestaltung*
- *die Produktpolitik*
- *die Markteintrittsstrategie*

Im Rahmen des Punktes Vertriebskonzept erörtern Sie, wie die Ware zum Kunden kommt.

- *Direktvertrieb (die Ware wird direkt an den Kunden verkauft, ohne Umweg über den Einzel- oder Großhandel);*
- *Vertrieb über den Großhandel;*
- *Vertrieb über Handels- oder Reisevertreter;*
- *Vertrieb mit Franchising*
- *Vertrieb durch Einsatz von Marketingveranstaltungen*

Das Kommunikationskonzept legt fest, wie und wo Sie Ihre Kunden ansprechen wollen:

- *bei Messeauftritten;*
- *durch Zeitungs- oder Zeitschriftenanzeigen;*
- *durch eine Online-Präsenz;*
- *durch den Versand von Werbebriefen.*

Die **Preisgestaltung** ist mittlerweile besonders bei Konsumprodukten ein sensibles Feld geworden. Denken Sie an Ihre Preisgestaltung.

Produktpolitik: Verkaufen Sie ein Markenprodukt, ein Luxusprodukt, ein Produkt mit einem hohen Kundennutzen oder ein Produkt ohne jeglichen Kundennutzen, aber mit großen „Sexappeal“? Das müssen Sie definieren, wenn Sie sich mit Ihrem Produkt im Markt positionieren wollen. Produkt und Preispolitik haben viele Schnittstellen.

Mit der **Markteintrittsstrategie** definieren Sie die ersten Schritte Ihres Unternehmens in den für relevant gehaltenen Markt, hin zum Kunden.

6. Finanzplan für mindestens drei Jahre

Ihr Businessplan benötigt unbedingt einen Finanzplan, der im Wesentlichen drei Elemente beinhaltet:

- *die Liquiditätsplanung*
- *die Ergebnisplanung*
- *die Planbilanz*

Die Liquiditätsplanung ist Dreh- und Angelpunkt der Finanzplanung, denn Liquidität ist die Fähigkeit eines Unternehmens, jederzeit seinen Zahlungsverpflichtungen fristgerecht nachzukommen. Als Unternehmensgründer müssen Sie einen Plan über die zu erwartenden Ein- und Auszahlungen aufstellen. Wenn für jeden Zeitraum die Summe der Einzahlungen plus des Kontobestandes größer ist als die Summe der Ausgaben, ist man liquide. Für Zeiträume, in denen dies nicht zutrifft, ist fremdes Kapital erforderlich.

Kapitalbedarf und Finanzierung

Ihr Businessplan muss eine Aussage darüber treffen, wie hoch der Kapitalbedarf des Unternehmens ist. Dabei ist zwischen Eigen- und Fremdkapital zu unterscheiden.

Das Eigenkapital umfasst alle Mittel, die der Gründer selbst einbringen kann und für die dementsprechend keine Kredite oder Fördermittel in Anspruch genommen werden müssen. Zu den Eigenmitteln zählen neben baren Vermögenswerten auch Sachwerte, die ins Unternehmen eingebracht werden, zum Beispiel Maschinen, ein PC oder ein Fahrzeug. Auch Eigenleistungen können berücksichtigt werden.

Der Gesamtkapitalbedarf sollte zu mindestens mit 15 bis 20 Prozent aus eigenen Mitteln gedeckt werden können; dies ist auch die Voraussetzung für die Beanspruchung bestimmter Fördermittel. Pfiffige Unternehmensberater empfehlen, dass unter Punkt 7 im Businessplan Flexibilität gezeigt werden sollte, je nachdem, ob der Gründer bei Banken einen Kredit beansprucht, Fördermittel beantragt oder ein Venture-Capital-Geber gesucht wird.

8. Anlagen

Zu den Anlagen im Businessplan gehören alle Dokumente, die die im Plan gemachten Aussagen unterstützen oder belegen. Der Anhang sollte jedoch nicht zu sehr aufgebläht werden, sondern sich auf das Wesentliche beschränken.

Anforderungen an die Form eines Businessplans

Wird der Businessplan für eine externe Präsentation benötigt, so sollte er gewissen Anforderungen gerecht werden und formalen Ansprüchen genügen:

Der Businessplan sollte ca. 10 bis 30 Seiten umfassen, keinesfalls mehr.

Er sollte das Gründungsvorhaben aussagekräftig, nachvollziehbar, logisch und sachlich darstellen. Eine vielleicht vorhandene Begeisterung des Gründers über sein Projekt sollte nicht zu emotionalen oder überschwänglichen Aussagen verleiten, die einer sachlichen Überprüfung nicht standhalten.

Der Businessplan sollte in einer für Laien verständlichen Sprache geschrieben sein, auch wenn es um komplizierte technische Produkte geht. Denn viele Kapitalgeber verstehen oftmals nichts von den technischen Einzelheiten. Abbildungen unterstreichen die Verständlichkeit.

Der Plan sollte ein gut lesbares Layout haben und optisch ansprechend aussehen. Es sollte allerdings keine aufwändigen Hochglanzbroschüre gedruckt werden; ein im Copy-Shop sauber kopiertes und gebundenes Dokument ist völlig ausreichend.

Erfolgskiller von Businessplänen

Warum scheitern manche Businesspläne bei Kapitalgebern?

Zu den Erfolgskillern gehören unter anderem folgende Faktoren:

- *das Produkt oder die Dienstleistung existieren bereits;*
- *die Geschäftsidee ist ohne erkennbaren Kundennutzen;*
- *die Markteintrittsbarrieren für den Wettbewerb sind sehr niedrig, da die Innovation kurz- oder mittelfristig kopierbar ist;*
- *die wichtigsten Personen des Unternehmens sind intensiv in andere Projekte eingebunden;*
- *das Unternehmensteam hat keine Branchenkenntnisse.*

Anhand des Vorhandenseins solcher Killer-Faktoren in einem Businessplan kann hervorgehen, dass die Existenzgründer nicht strategisch vorgegangen sind.